

PROPAGANDA

RUBEM BRAGA

NÃO tenho o prazer de conhecer os cavalheiros que dirigem, no Rio, a filial da "Sears Roebuck". São, certamente, homens escolados e provados na melhor técnica do comércio moderno. Eles fizeram anunciar que iriam introduzir grandes novidades em nosso meio comercial. Venderiam tudo o que é possível vender, e com uma rigorosa limitação de lucros.

Homem de poucas compras e alguma preguiça, ainda não visitei aquela esquina de Botafogo. Mas li os grandes anúncios, em que aparecem desenhos das mercadorias, com os preços nas legendas. Foi por isso que me espantei, ante-ontem, vendo, em uma dessas páginas, entre o desenho de uma lata de óleo e de uma camisa de cambrala, o desenho de uma cabeça de homem. Bem, os americanos são capazes de tudo e, de vez em quando, a gente ouve dizer que alguém está "comprado pelos americanos" — mas vender homens assim, entre mamadeiras e lenços de seda, numa loja de esquina, me pareceu demais.

Era, tudo, afinal, um mau gosto de paginação. A legenda da cabeça de homem estava um pouco afastada, no centro da página, e dizia:

"Parabens ao exmo. sr. general Angelo Mendes de Moraes, prefeito do Distrito Federal, pela passagem do 2.º aniversário de sua brilhante administração. Dias dedicados pela "Sears" — Junho, 16, 17, 18 de 1949. Homenagem especial dia 17, sexta-feira, às 10 horas da manhã. Coca-Cola e Crush grátis".

Sou um inveterado bebedor de Coca-Cola e também um terrível viciado em Crush — mas resolvi não ir. Ao passar por Botafogo reparei, na fachada da loja, dois monumentais retratos do prefeito.

Será isso costume do comércio norte-americano? Amigos meus que já estiveram nos Estados Unidos

informam que não. Outro amigo, que trabalha na Prefeitura, informa outras coisas. A grande loja americana foi instada a se inaugurar no dia 16 e não no dia 6, como anunciara. Ponderou que isso importaria em grande prejuízo, de milhares de contos, mas adiaría a inauguração para o dia do aniversário da administração do general, caso a Prefeitura lhe desse uma indenização. A resposta — informa aquele amigo — foi furiosa. Favores e tolerâncias foram imediatamente anulados. Um bando de fiscais peritos em multas partiu para a esquina e pôs-se a imaginar o maior número possível de multas. A máquina burocrática recebeu ordem de prender todo o papelório: a loja não teria licença para abrir suas portas nem no dia 16, quanto mais no dia 6. O prefeito estava furioso.

Fêz-se, afinal, um acordo. Do acordo resultaram os retratos, a Coca-Cola, o Crush e tudo o mais. O público terá estranhado isso. Enquanto o comércio brasileiro se portou com a discreção costumeira, a loja americana, inaugurada dias antes, festejava a "brilhante administração" em um escândalo de sabujismo insincero e grotesco.

Eu gostaria de ler o relatório confidencial que certamente o chefe da filial da "Sears" terá de mandar para os Estados Unidos explicando seus gastos em publicidade... do general. Não gostaria de ouvir os comentários feitos lá, entre os diretores norte-americanos, sobre esse estranho fenômeno de uma loja comercial ser obrigada a fazer propaganda de um general prefeito em uma cidade da América do Sul...

Certamente eles acabarão aprovando a atitude da filial carioca, já que "no Brasil é assim". Eu por mim confesso que, como não sou partidário político do general prefeito, acho que me sentirei constrangido em comparecer ao seu novo e sensacional escritório de propaganda na praia de Botafogo. Mas eu sou apenas um obscuro rapaz com um acentuado espírito-de-porco — e não dou emprêgo, nem camisa a ninguém...

18.6.49

172